



# TURYSTYKA SPOŁECZNA W POLSCE

MONOGRAFIA NAUKOWA  
PRZEWODNIK DOBRYCH PRAKTYK





# **Turystyka społeczna w Polsce**

**Monografia naukowa**

**pod redakcją Andrzeja Stasiaka**

**Przewodnik dobrych praktyk**

Kraków – Świdnica 2021

Redakcja naukowa  
ANDRZEJ STASIAK

Recenzenci monografii:  
PIOTR OLEŚNIEWICZ  
DANIEL PUCIATO

Redakcja techniczna i skład  
ROMAN ZADORA

Okładka  
NATALIA FIGIEL

© COPYRIGHT BY AUTHORS & COTG PTTK KRAKÓW & FUNDACJA SYMBIOZA



Ministerstwo  
Rozwoju i Technologii

Publikację wydano w ramach dofinansowania zadania publicznego ze środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii zgodnie z zawartą Umową nr III/27/P/63003/2810/21/DT pomiędzy ww. ministerstwem a Fundacją Symbioza

Kraków – Świdnica  
Grudzień 2021

**ISBN 978-83-963906-1-5**

Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze  
Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej PTTK  
Oficyna Wydawnicza „Wierchy”  
31-010 Kraków, ul. Jagiellońska 6  
[www.cotg.pttk.pl](http://www.cotg.pttk.pl)

## Spis treści

|                                                                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wprowadzenie ( <i>Andrzej Stasiak</i> ) . . . . .                                                                                                                             | 7   |
| 1. Turystyka społeczna – ramy teoretyczne                                                                                                                                     |     |
| 1.1. Turystyka społeczna: geneza i istota<br>( <i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i> ) . . . . .                                                                                 | 13  |
| 1.2. Uczestnicy, formy i kierunki rozwoju współczesnej<br>turystyki społecznej ( <i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i> ) . . . .                                                 | 31  |
| 1.3. Turystyka społeczna w badaniach naukowych<br>( <i>Karolina Korbiel, Iwona Dominek</i> ) . . . . .                                                                        | 63  |
| 2. Ekonomia społeczna w turystyce                                                                                                                                             |     |
| 2.1. Gospodarczy wymiar turystyki społecznej<br>( <i>Sylwia Osojca-Kozłowska</i> ) . . . . .                                                                                  | 83  |
| 2.2. Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów<br>popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych<br>przykładach ( <i>Agnieszka Nowak</i> ) . . . . .              | 115 |
| 3. Podróże grup defaworyzowanych                                                                                                                                              |     |
| 3.1. Oferta dla seniorów w kontekście turystyki społecznej –<br>istota i zróżnicowanie ( <i>Piotr Kociszewski</i> ) . . . . .                                                 | 135 |
| 3.2. Bariery rozwoju turystyki osób niepełnosprawnych<br>na Dolnym Śląsku w świetle wyników badań ankietowych<br>( <i>Katarzyna Trybuś</i> ) . . . . .                        | 165 |
| 3.3. Turystyka szkolna klas IV–VIII w opinii nauczycieli –<br>bariery i korzyści ( <i>Iwona Dominek, Karolina Korbiel</i> ) . . .                                             | 181 |
| 4. Udostępnianie przestrzeni dla turystyki                                                                                                                                    |     |
| 4.1. Szlaki turystyczne jako ważny element infrastruktury<br>służącej uprawianiu turystyki ( <i>Jerzy Kapłon</i> ) . . . . .                                                  | 205 |
| 4.2. Wnioski z kontroli NIK na Wschodnim Szlaku<br>Rowerowym Green Velo w kontekście rozwoju turystyki<br>społecznej ( <i>Urszula Dziedzic, Andrzej Trojanowski</i> ) . . . . | 233 |

## 5. Otoczenie turystyki społecznej

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Związki terroryzmu z ruchem turystycznym –<br>implikacje dla turystyki społecznej ( <i>Waldemar Zubrzycki</i> ) .                                 | 255 |
| 5.2. Rola technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki<br>społecznej ( <i>Piotr Zawadzki</i> ) . . . . .                                         | 281 |
| 5.3. Znaczenie socjoterapii w turystyce zdrowotnej<br>na obszarach wiejskich ( <i>Michał Roman, Antoni Roman,<br/>Arkadiusz Niedziółka</i> ) . . . . . | 295 |
| Spis tabel . . . . .                                                                                                                                   | 316 |
| Spis rysunków . . . . .                                                                                                                                | 317 |
| Przewodnik dobrych praktyk . . . . .                                                                                                                   | 319 |

## 2.1. Gospodarczy wymiar turystyki społecznej

### PERCEPCJA TURYSTYKI SPOŁECZNEJ – WSTĘP DO ROZWAŻAŃ

Heterogeniczną pod względem form i rodzajów turystykę uważa się za jeden z największych i najdynamiczniej rozwijających się sektorów gospodarczych na świecie, wywołujących jednocześnie implikacje dla większości innych branż, a także wszystkich regionów świata i ich społeczności (Szopa, Szczerbowski, 2013). Wskazywana jest jako pozytywny czynnik przemian ekonomicznych, stymulujący rozwój społeczności lokalnych i zamieszkiwanych przez nie obszarów. Mimo wywoływania szeregu skutków gospodarczych na jedną z jej odmian – turystykę społeczną, rzadko – szczególnie w praktyce – spogląda się z perspektywy ekonomii. Z jednej strony powodowane to bywa nie zawsze właściwym pojmowaniem turystyki społecznej jako tylko i wyłącznie opartej na dotacjach i subwencjach sektora publicznego formy wsparcia grup społecznych (m.in. dzieci i młodzieży z rodzin ubogich, osób schorowanych, z niepełnosprawnościami, seniorów), które znajdują się w trudnej sytuacji życiowej i nie są w stanie zorganizować oraz sfinansować własnego wypoczynku<sup>1</sup>. Z drugiej zaś strony nie postrzega się turystyki społecznej za kategorię ekonomiczną, także z powodu wąskiego, klasycznego podejścia do ekonomii skupiającego się na zysku.

Karwińska i Sułkowska (2008) zauważają, iż ekonomia klasyczna utrzymała w społeczeństwie pogląd o wszechmocnych prawach rynku,

---

\* ORCID: 0000-0001-7603-7801, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Fundacja Symbioza, e-mail: sylwia.osojca-kozłowska@ue.wroc.pl

<sup>1</sup> Tak wąskie rozumienie turystyki społecznej, charakterystyczne – jak wynika z prowadzonych przez autorkę badań – dla pracowników samorządu terytorialnego, a także osób, które nie zajmują się nią naukowo czy zawodowo bądź które działają w branży turystycznej, ale pracują w organizacjach nastawionych na obsługę klienta zamożnego i masowego, np. w biurach podróży kooperujących na rynkach zagranicznych, zaburza jej rzeczywisty obraz oraz wymiar ekonomiczny

rzządzających procesami ekonomicznymi ze Smithowską koncepcją *homo oeconomicus*, człowieka gospodarującego, przedsiębiorcy dążącego do maksymalizacji zysku. A przecież we współczesnych naukach ekonomicznych coraz więcej miejsca poświęca się już także nieco odmiennym, będącym nierzadko połączeniem klasycznych i nowych teorii, formom gospodarowania, na których gruncie wyodrębniono takie gałęzie, jak np. ekonomia społeczna, ekonomia rozwoju, które oddają różnorodność zjawisk gospodarczych świata (zob. Piasecki, 2007; Bartkowiak, 2010; *The New Palgrave Dictionary...*, 2021).

Głównym celem niniejszego rozdziału jest zaprezentowanie turystyki społecznej z perspektywy ekonomii i ukazanie korzyści gospodarczych, jakie ta kategoria może za sobą pociągać dla indywidualnych jednostek społecznych oraz społeczności lokalnych i regionów, czego wyraz stanowi analiza czterech studiów przypadków z polskiego rynku działań: dwóch spółdzielni socjalnych z Byczyny, wioski tematycznej Aniołowo k. Elbląga oraz ZAZ-u „U Pana Cogito” w Krakowie. Do napisania niniejszego rozdziału autorka, jako osoba posiadająca wieloletnią praktykę zawodową w zakresie rozwoju lokalnego poprzez turystykę, posłużyła się metodą *desk research*, polegającą na analizie dokumentów i innych źródeł zastanych, a także własnymi obserwacjami i badaniami naukowymi, jakie prowadziła i prowadzi w tym obszarze.

#### TURYSTYKA SPOŁECZNA JAKO KATEGORIA EKONOMICZNA

Kategoria turystyki społecznej jest pojęciem znacznie szerszym niż wielu ludziom się wydaje i nie dotyczy tylko i wyłącznie wypoczynku finansowanego bądź współfinansowanego z dotacji i subwencji. Zalicza się do niej również wszelkie inne formy, które są tworzone i zarządzane społecznie oraz służą wzmacnianiu kapitału społecznego (Idziak, 2011). W sferze tej funkcjonują m.in. organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa społeczne, gospodarstwa edukacyjne, gospodarstwa pomocnicze, spółdzielnie socjalne, a także firmy działające dla osiągnięcia zysku, ale z klarownie sprecyzowaną misją społeczną. Do tych ostatnich można zaliczyć np. biura podróży ukierunkowane na turystykę dzieci i młodzieży, turystykę szkolną czy turystykę seniorów. Turystyka społeczna realizowana jest również poprzez dofinansowywanie pracownikom samodzielnie organizowanego przez nich wypoczynku w ramach odpisów z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych (tzw. wczasy pod gruszą) oraz wskutek udostępniania im w celach turystyczno-rekreacyjnych miejsc noclegowych w obiektach



bądź ośrodkach wypoczynkowych, które część przedsiębiorstw nadal posiada, mimo tendencji do masowych odsprzedaży tego majątku podczas transformacji gospodarczej w latach 90. XX w.

Turystyka społeczna jako zjawisko obecna jest także w społecznościach lokalnych – wiejskich i miejskich, które (nie zawsze w sposób sformalizowany pod względem prawno-organizacyjnym), podejmują oddolne inicjatywy na rzecz rozwoju funkcji turystycznej w swoich małych odczynach. Wymienić tu należy takie inicjatywy, jak: tworzenie wiosek tematycznych, wytwarzanie produktów lokalnych – w tym także kulinarnych, zawiązywanie kooperatyw spożywczo-rolnych, tworzenie tras i szlaków turystycznych, kreowanie produktów turystycznych, organizowanie eventów itp.

W toku prowadzonych przez autorkę dyskusji na temat turystyki i realizacji projektów z nią związanych, daje się zauważyć, iż dla wielu osób, w szczególności dla reprezentantów jednostek samorządu terytorialnego (JST), zestawienie pojęć turystyka społeczna i ekonomia wydaje się być sprzeczne i nieadekwatne. Wiąże się to jednak ogólnie ze słabym rozumieniem turystyki jako kategorii gospodarczej w ujęciu lokalnym oraz ograniczoną wiedzą na temat jej powiązań i efektów, które nie zawsze można w prosty sposób zmierzyć. Turystyka społeczna, jak każda inna kategoria turystyki, jest częścią ekonomii, bo towarzyszy jej przepływ kapitału i wywołuje liczne skutki gospodarcze – dla podmiotów, które są jej realizatorami, dla ich kooperantów, dla beneficjentów projektów, dla gmin i regionów, z których pochodzą beneficjenci, dla miejscowości, w której następuje konsumpcja oferty turystycznej i wreszcie dla całej gospodarki narodowej danego kraju, gdyż również działalność w obszarze turystyki społecznej przyczynia się do wypracowywania produktu krajowego brutto (PKB). Beneficjenci turystyki społecznej, także ci dotowani, również ponoszą bezpośrednie wydatki związane z tą formą wypoczynku, zarówno w miejscu recepcji turystycznej (wydatki na pamiątki, kulturę, rekreację, rozmowy telefoniczne, przesyłki pocztowe, zakupy żywności itp.), jak i przed podróżą, dokonując różnych zakupów przydatnych dla jej zrealizowania najczęściej na obszarze miejsca zamieszkania. Korzystają na tym przedsiębiorcy z obszaru recepcji turystycznej, jak i z miejsc emisji ruchu turystycznego (Stasiak, 2010).

Pomimo że zwykło się przyjmować, iż w większości przypadków podmioty zajmujące się świadczeniem usług w ramach turystyki społecznej z natury nie są nastawione na zysk (ich priorytetem jest zrealizowanie określonej misji społecznej poprzez turystykę), bądź nie są ukierunkowane na niego w takim stopniu jak przedsiębiorstwa

podchodzące do turystyki komercyjnie, to większość z nich wskutek aktywności w tym obszarze osiąga dochód. Należy przy tym również zauważyć, że systematycznie zacierane są granice pomiędzy aktywnością podmiotów nienastawioną na zysk a zyskiem z działalności jako głównym jej celem. J. Reichel (2010) jako przykład wskazuje tu granice między sektorem organizacji nastawionych na zysk (przedsiębiorstwa) a sektorem organizacji *non profit* (organizacje pozarządowe), który również może prowadzić – i nierzadko prowadzi – działalność gospodarczą, będącą dodatkową formą wsparcia dla realizacji celów statutowych. W ostatnich latach rośnie w Polsce liczba organizacji pozarządowych działających lokalnie bądź regionalnie, które zaczęły intensyfikować działania ukierunkowane na osiąganie zysków, na co wpływa konieczność zapewnienia sobie stabilizacji finansowej, ważnej przy zatrudnieniu kadr na umowach o pracę i ciągłości realizacji swojej misji. Podmioty te są częścią gospodarki określanej mianem ekonomii społecznej, w której kategorię wpisuje się również turystyka społeczna.

Relacje gospodarcze, jak i procesy ekonomiczne zachodzą również w turystyce społecznej bez względu na to, kto jest jej beneficjentem, realizatorem i płatnikiem oferowanych w jej ramach produktów oraz jakie ponosi w związku z tym wydatki. Podobnie jak w przypadku pozostałych rodzajów turystyki, tak i w turystyce społecznej istnieje łańcuch zależności gospodarczo-społecznych, który łączy ze sobą osoby i podmioty należące do grupy jej interesariuszy. O tym, że turystyka społeczna jest kategorią ekonomiczną świadczy również przepływ pieniędzy niezbędnych do jej organizacji i realizacji założeń z nią związanych. Cyrkulacja ta zachodzi również wtedy, gdy pieniądź na pewnym jej etapie zostaje zastąpiony innym środkiem płatniczym, np. voucherem czy bonem, które beneficjent otrzymuje dla zrealizowania usług służących zaspokojeniu potrzeby wypoczynku. Znany z teorii ekonomii okrężny obieg dóbr, usług, czynników produkcji i płatności (ukazujący zależności pomiędzy wszystkimi uczestnikami życia gospodarczego) ma także zastosowanie w turystyce społecznej, gdyż mimo priorytetowego celu społecznego, stanowi ona część gospodarki, w której przepływ pieniądza trwa niezależnie od tego, jaką w poszczególnych jego etapach przybiera on formę.

Z ujęciem ekonomicznym turystyki społecznej koreluje wiele pojęć rozpatrywanych także w innych sektorach gospodarki, takich jak np. ekonomia społeczna, ekonomia solidarna, ekonomia współdzielenia, konsumpcja kolaboratywna, gospodarka społeczna, przedsiębiorstwo społeczne, organizacja społeczna, gospodarstwo edukacyjne,

gospodarstwo pomocnicze, kapitał społeczny, organizacja pozarządowa. Turystyka społeczna w kontekście ekonomicznym może być rozpatrywana na wiele różnorodnych sposobów i z wielu różnych perspektyw, m.in. z perspektywy celów ekonomicznych, jakie dzięki niej można zrealizować, wzrostu przedsiębiorczości i aktywności gospodarczej mieszkańców, rozwoju lokalnego i regionalnego, korzyści dla budżetu centralnego i budżetów lokalnych, inwestycji infrastrukturalnych, jakie ze sobą pociąga, poprawy wizerunku regionu czy też z punktu widzenia każdej z grup jej interesariuszy.

#### EKONOMICZNE CELE TURYSTYKI SPOŁECZNEJ Z PERSPEKTYWY JEJ INTERESARIUSZY

Interesariuszami (ang. *stakeholders*) określa się podmioty (m.in. osoby, społeczności, instytucje, organizacje), które mogą wpływać na przedsięwzięcie, przedsiębiorstwo, jakieś zjawisko, bądź pozostają pod wpływem jego działania lub są zainteresowane jego wynikiem (zob. Freeman, 1984; Swarbrooke, 1999; Mayers, 2005; Obłój, 2007; Białas, 2009). Oznacza to, że interesariuszami, są zarówno osoby oraz organizacje, które zainteresowane są turystyką i w różny sposób w niej uczestniczą, np. pracując czy działając w tym sektorze lub na rzecz jego rozwoju, bądź po prostu konsumując produkty turystyczne podczas zaspokajania swoich potrzeb,. Ale do grupy tej zaliczane są również podmioty, które zupełnie nie są zorientowane na żaden z celów turystyki społecznej, choć decyzje z nią związane mogą mieć na nich wpływ zarówno pozytywny, neutralny, jak i negatywny. Interesariuszy turystycznych można podzielić w oparciu o różnorodne kryteria klasyfikacji. Najistotniejsze z nich zestawiono w tab. 2.

Tab. 2. Typy grup interesariuszy turystycznych

| Kryterium podziału                    | Interesariusze                                                             |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Powodzenie danego przedsięwzięcia     | – pozytywni<br>– negatywni                                                 |
| Miejsce występowania interesariuszy   | – zewnętrzni<br>– wewnętrzni                                               |
| Poziom uczestnictwa w przedsięwzięciu | – uczestniczący<br>– nieuczestniczący                                      |
| Możliwość decydowania                 | – wpływający na decyzje<br>– na których wpływają decyzje innych            |
| Stopień powiązania z organizacją      | – pierwszoplanowi i drugoplanowi<br>– pierwszego stopnia, drugiego stopnia |

| Kryterium podziału                                                             | Interesariusze                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Charakter relacji pomiędzy stronami i wartość dla organizacji, przedsięwzięcia | <ul style="list-style-type: none"> <li>– substanowiący</li> <li>– kontraktowi</li> <li>– kontekstowi</li> </ul>                                                                                                                              |
| Rodzaj stawki, zależności zaangażowanej w organizacji, przedsięwzięciu         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– ze względu na zaangażowanie własnościowe</li> <li>– ze względu na zaangażowanie ekonomiczne</li> <li>– ze względu na zależność społeczną</li> <li>– milczący interesariusze (tzw. niemi)</li> </ul> |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Freeman (1984); Swarbrooke (1999); Mayers (2005); Obłój (2007).

Interesariuszami turystyki społecznej są zarówno podmioty znajdujące się po stronie popytowej, jak i podażowej rynku turystycznego, w tym jej bezpośredni beneficjenci (jak można określić przede wszystkim uczestników ruchu turystycznego związanego z tym rodzajem turystyki) oraz podmioty zajmujące świadczeniem usług turystycznych na rzecz uczestników, samorząd terytorialny i administracja centralna, a także mieszkańcy obszarów, na których turystyka społeczna jest konsumowana.

B. Włodarczyk (2010) wskazuje, że na interesariuszy turystyki społecznej spoglądać można dwójnásób: wąsko lub szeroko. W wąskim ujęciu przypisuje się do tej grupy jedynie uczestników – turystów, którzy podróżują korzystając z oferty turystyki społecznej, w tym z turystyki dotowanej i finansowanej bądź dofinansowywanej przez różnorodne podmioty. Szerokie podejście do interesariuszy turystyki społecznej polega na dołączeniu do uczestników wyjazdu turystycznego jeszcze takich grup, jak:

- organizatorzy turystyki społecznej – różnorodne podmioty branży turystycznej (biura podróży, spółdzielnie socjalne, organizacje pozarządowe, związki zawodowe itp.) zajmujące się przygotowywaniem i realizacją wypoczynku dla wspieranych grup,
- społeczność z miejsca zamieszkania dotowanych uczestników wyjazdu,
- przedsiębiorcy, organizacje i mieszkańcy z miejsca recepcji turystycznej, a więc grupy przyjmujące uczestników turystyki społecznej i w sposób bezpośredni lub pośredni korzystające z pobytu turystów na ich terenie,
- donatorzy i sponsorzy, do których zaliczyć należy administrację publiczną (organy administracji rządowej oraz samorządy terytorialne – gminy, powiaty, województwa), organizacje

pozarządowe oraz firmy i osoby prywatne przekazujące środki pieniężne na realizację turystyki społecznej, w tym również międzynarodowe instytucje i programy wspierające rozwój turystyki oraz aktywizację społeczeństw m.in. fundusze strukturalne Unii Europejskiej (np. Europejski Fundusz Społeczny, program Europejskiej Współpracy Terytorialnej Interreg),

- pośrednicy turystyczni, gdyż z ekonomicznego punktu widzenia zasady organizacji turystyki społecznej nie odbiegają od zasad typowych dla turystyki komercyjnej.

Specyfika turystyki społecznej, która na przestrzeni lat ulega w Polsce przeobrażeniom, wymaga omówienia i scharakteryzowania najważniejszych grup jej interesariuszy, do jakich należą uczestnicy ruchu turystycznego, a także podmioty, które ten ruch obsługują (organizatorzy, gestorzy), wspierają (donatorzy oraz władze lokalne, regionalne i krajowe), a także czerpią korzyści z jego rozwoju (społeczność lokalna, przedsiębiorcy).

### **Grupy defaworyzowane**

Należą do podstawowej kategorii uczestników ruchu turystycznego. Zalicza się do nich osoby wykluczone bądź zagrożone wykluczeniem z powodów ekonomicznych (niskie dochody lub brak dochodów), zdrowotnych (osoby chore, niepełnosprawne wraz z opiekunami), jak i społecznych (m.in. osoby dyskryminowane ze względu na pochodzenie, np. imigranci, orientację seksualną, wcześniejszy pobyt w odizolowaniu, np. w zakładzie psychiatrycznym, zakładzie penitencjarnym, status społeczny, np. bezrobotni). Dla tej grupy interesariuszy turystyka mogłaby stanowić formę inkluzji społecznej pod warunkiem, że ich podróże będą odbywały się w towarzystwie szerszym niż środowisko marginalizowane. Pomimo coraz liczniejszych programów pomocowych dedykowanych różnym środowiskom do grup defaworyzowanych zalicza się także seniorów, dzieci i młodzież z ubogich bądź dysfunkcyjnych rodzin oraz rodziny znajdujące się w trudnej sytuacji. Ze względu na specyfikę i różnorodność programów im dedykowanych każdą z tych grup omówiono poniżej jako odrębną kategorię interesariuszy. Istotne znaczenie dla większości z nich ma przede wszystkim możliwość sfinansowanego przez donatorów lub sponsorów wyjazdu rekreacyjnego, wypoczynkowego lub rehabilitacyjnego, na który głównie z powodów ekonomicznych ich nie stać.

### **Dzieci i młodzież**

Jest to grupa uczestników ruchu turystycznego, dla której od lat opracowuje się specjalne programy, m.in. w ramach turystyki szkolnej, która powinna być ukierunkowana na poznawanie własnego kraju, integrację, a także kształtowanie odpowiednich postaw (np. patriotycznych, społecznych, ale też i konsumenckich). Uczestnictwo dzieci i młodzieży w turystyce niesie określone i wymierne korzyści, odnoszące się do ich zdrowia, kondycji fizycznej i psychicznej, umiejętności budowania więzi międzyludzkich, poczucia patriotyzmu. Wycieczki szkolne dedykowane są dla dzieci i młodzieży bez uwzględniania kryterium dochodowości i dzielenia beneficjentów na dzieci z biedniejszych i bogatszych domów. Takie kryterium jednak stosuje często samorząd terytorialny, który finansuje organizację wypoczynku (kolonie, obozy, zimowiska) tylko dla dzieci i młodzieży pochodzących z rodzin ubogich, bądź problematycznych i dysfunkcyjnych.

### **Rodziny znajdujące się w trudnej sytuacji**

Jest to grupa uczestników ruchu turystycznego, której wypoczynek także bywa dofinansowywany przez budżety samorządów terytorialnych, administracji państwowej oraz programy Unii Europejskiej. Obejmuje m.in.: rodziny z różnymi dysfunkcjami (alkoholizm, przestępczość, przemoc, zaburzenia psychiczne, przewlekła nieuleczalna choroba, niepełnosprawność itp.), patologiczne, niepełne, zastępcze, zagrożone patologiami, wykluczeniem społecznym (np. poprzez utratę zdrowia rodzica bądź długotrwałe bezrobocie), dotknięte klęskami żywiołowymi (np. pogorzelcy, powodzianie). Najczęściej ze środków budżetowych gmin i powiatów, a także ze środków rządowych, dystrybuowanych przez różnego rodzaju instytucje oraz organizacje pozarządowe, organizowany jest wypoczynek dla dzieci z rodzin znajdujących się w trudnych sytuacjach. Mogą być to np. kolonie i obozy z programem socjoterapeutycznym. Wskazane jest, aby rząd zwiększył liczbę programów dedykowanych dla rodzin, które z jednej strony zapewniłyby im rekreację i wypoczynek, z drugiej zaś pozwoliły na rozpoczęcie czy kontynuowanie terapii w innych niż gabinetowe warunkach. Turystyka społeczna jest narzędziem, które również można wykorzystywać do tego typu pracy. W chwili obecnej nie ma programu, który zajmowałby się rodzinami, w szczególności tymi z problemami, w takim stopniu jak np. seniorami. Krótkopobytowe (weekendowe) formy wypoczynku wraz z programem terapeutycznym organizują dla rodzin sporadycznie organizacje pozarządowe, w tym organizacje religijne, np. Caritas.

### **Seniorzy**

Seniorzy to uczestnicy ruchu turystycznego, którzy w Polsce do niedawna jeszcze zaliczani byli do grup defaworyzowanych. Był czas, kiedy z zazdrością spoglądało się na podróżującego po świecie, w tym także po Polsce, niemieckiego emeryta. Dziś polscy seniorzy, których dochody są bardzo zróżnicowane, widoczni są wśród innych uczestników ruchu turystycznego, zarówno na rynku wewnętrznym, jak i zewnętrznym, a wielu z nich uprawia turystykę regularnie, przeznaczając na ten cel posiadane środki własne, jak i korzystając z rozmaitych form rekreacji i wypoczynku darmowych lub dofinansowywanych przez prosenioralne organizacje pozarządowe. Aktywność turystyczna polskich seniorów ma bezpośredni związek z obserwowaną w ostatnich latach na terenie całego kraju znaczącą poprawą absorpcji środków finansowych z funduszy unijnych oraz zwiększoną dostępnością krajowych (m.in. ASOS, Aktywni+, FIO, Senior+, Senior WIGOR) i regionalnych funduszy oraz programów ukierunkowanych na integrację i aktywizację seniorów, z których obficie czerpią organizacje pozarządowe. W turystyce senioralnej uczestniczą przede wszystkim osoby, które ukończyły 60 rok życia i starsze. W przypadku tej grupy interesariuszy uwidaczniający się w turystyce społecznej czynnik ekonomiczny jest bardzo widoczny. Seniorzy, którzy są aktywni, często podróżują, korzystają z darmowych i dofinansowywanych form aktywności.

### **Backpackersi, housesittersi, houseswappersi i inni fani turystyki niskobudżetowej**

Jest to grupa uczestników ruchu turystycznego w różnych przedziałach wiekowych, nastawiona na turystykę niskobudżetową, umożliwiającą podróżę po kraju i świecie z maksymalnym ograniczeniem wydatków (niedrogie miejsca noclegowe – schroniska, hostele, kwatery prywatne, namioty – nierzadko rozbijane „na dziko” lub całkowicie darmowe w ramach opieki nad domem i zwierzętami bądź wzajemnej nieodpłatnej wymiany swojego mieszkania z innym podróżnikiem; okazyjny lub darmowy np. na tzw. stopa, środek transportu). Ta grupa turystyczna stara się jak najwięcej zaoszczędzić przede wszystkim na transporcie i noclegach, jednakowoż przeznaczają środki finansowe na zakupy w lokalnych sklepach, restauracjach, na wizyty w istotnych z perspektywy każdego jej uczestnika atrakcjach turystycznych, do których obowiązuje wstęp płatny. Ekonomicznym celem tej grupy interesariuszy turystyki społecznej jest jak najwięcej zwiedzić i jak najwięcej przy tym zaoszczędzić w czasie podróży.



### **Organizacje społeczne, pozarządowe (*non profit*)**

Podmioty tego typu stanowią grupę interesariuszy związaną z organizacją turystyki społecznej dla poszczególnych jej beneficjentów, a także podejmującą działania na rzecz jej rozwoju, np. poprzez kształtowanie produktów turystycznych czy przygotowywanie odpowiedniej bazy materialnej (szlaków, schronisk itp.). Do organizacji społecznych zaliczają się zarówno najstarsze i najważniejsze w Polsce stowarzyszenia: Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych i Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, odpowiedzialne za kompleksowe działania w zakresie dostępności do rekreacji i wypoczynku wszystkich grup uczestników (tzw. „turystyka dla wszystkich”), jak i dla grup szczególnie defaworyzowanych, np. osób niepełnosprawnych. Należy podkreślić, że obie organizacje prócz realizacji działań misyjnych powołały do życia jednostki gospodarcze w postaci spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, którym powierzyły m.in. zarządzanie składnikami swojego majątku i przyłączyły się w ten sposób do dynamicznie rozwijającej się w Polsce przedsiębiorczości społecznej. Od wielu lat na polskim rynku trzeciego sektora działają również podmioty nieturystyczne, dla których jednak turystyka społeczna ukierunkowana na rynek wewnętrzny ma istotne znaczenie i służy realizacji celów statutowych. Są to m.in. Związek Harcerstwa Polskiego, Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej, Caritas i Towarzystwo Przyjaciół Dzieci.

Współcześnie turystyka społeczna staje się instrumentem umożliwiającym prowadzenie różnorodnych działań dla wielu młodszych od wyżej wymienionych organizacji pozarządowych, dla których jest ona, w zależności od ich celów, obszarem wiodącym bądź towarzyszącym. Należy w tym miejscu zauważyć, że wiele organizacji *non profit*, mimo iż nie posiada wpisu do rejestrów organizatorów turystyki, podczas wypełniania zadań związanych z pozyskanymi grantami samodzielnie organizuje dla swoich podopiecznych różnego rodzaju przedsięwzięcia turystyczne, w tym wycieczki. Budzi to kontrowersje, w szczególności ze strony biur podróży, których zrzeszenia, uznając to za działalność w szarej strefie, próbują lobbować za uszczelnieniem przepisów w tym zakresie. Większość z pytanых przez autorkę przedstawicieli organizacji pozarządowych odnośnie przyczyny takiego stanu rzeczy, wyraża pogląd, iż żaden podmiot komercyjny (z wpisem do rejestru organizatorów turystyki) nie jest w stanie wykonać na ich rzecz działania w cenie przez nich oczekiwanej.



### **Organizacje kościelne**

Podobnie jak w przypadku wcześniej omawianych podmiotów, wśród których wymieniona została także katolicka organizacja Caritas, tak i wśród wielu innych organizacji religijnych i kościelnych turystyka stanowi ważny czynnik działalności misyjnej. Biorą w niej udział zarówno zorganizowane pod względem formalnym NGO-sy, jak i same parafie, co również wzbudza wiele kontrowersji, gdyż organizowane przez nie wyjazdy na pielgrzymki odbywają się bardzo często (choć nie zawsze) z pominięciem biur podróży. Należy jednak podkreślić, że biura podróży zakładane są również przez organizacje kościelne bądź zakonne, świadcząc przy tym także usługi w pełni komercyjne (m.in. od 1991 r. istnieje Biuro Pielgrzymkowe i Turystyczne Caritas, równie długą, ponad 25-letnią, historię ma Pallotyńskie Biuro Pielgrzymkowo-Turystyczne APOSTOLOS czy Franciszkańskie Biuro Turystyczno-Pielgrzymkowe Patron Travel, działające od 2001 r.). Wiele organizacji kościelnych skupia się jednak na turystyce jako działalności charytatywnej, oferując wypoczynek i rekreację osobom w potrzebie, w szczególności dzieciom i młodzieży, ale także dorosłym (np. w żałobie) czy grupom społecznie wykluczonym (np. osobom z chorobą alkoholową), prowadząc dla nich zajęcia socjoterapeutyczne. Działalność ta finansowana jest ze zbiorów publicznych oraz z publicznie dostępnych grantów, o które jak inne NGO-sy mogą aplikować.

### **Szkoły**

Podmioty te przynależą zarówno do grupy organizatorów, jak i uczestników. Publiczne i niepubliczne placówki oświatowe na wszystkich poziomach nauczania organizują dla swoich uczniów wycieczki integracyjne, krajoznawcze, a także edukacyjne zajęcia wyjazdowe w ramach tzw. „zielonych ” i „białych szkół”. Wiele z nich angażuje się również w organizację półkolonii, kolonii, rajdów, zjazdów i zlotów. Podkreślić należy, że w ostatnich latach realizacja tych działań odbywa się najczęściej poprzez zlecenie ich biur podróży i agencjom turystycznym. Nie brak jednak wciąż jeszcze placówek, których nauczyciele sami podejmują się wyzwań organizacyjnych z tym związanych. Turystyka szkolna jest formą z określoną misją do spełnienia, dlatego nie zawsze jej działania mają charakter niskobudżetowy.

### **Zakłady pracy**

Prywatne i państwowe przedsiębiorstwa jako donatorzy przynależą do organizatorów i podmiotów wspierających turystykę społeczną, uznawaną za formę wolnoczasową sprzyjającą regeneracji

psychofizycznej pracowników. Najczęściej organizują dla nich i ich rodzin wycieczki turystyczne, integracyjne, motywacyjne, w tym również popularne jesienią wyjazdy na grzyby, dopłacają do organizowanego samodzielnie wypoczynku z zakładowego funduszu świadczeń socjalnych oraz udostępniają na korzystnych warunkach cenowych miejsca w swoich ośrodkach wypoczynkowych. Warto zauważyć, że mimo iż wiele przedsiębiorstw podczas transformacji gospodarczej w latach 90. XX w. pozbywało się tego typu obiektów, prywatyzując swój majątek, by ratować się przed upadłością, to część ośrodków wypoczynkowych nadal znajduje się w posiadaniu różnych zakładów pracy bądź zależnych od nich kapitałowo spółek. Tak dzieje się np. w przypadku funkcjonującej od 2000 r. spółki Natura Tour, utworzonej na bazie materialnej Pionu Usług Socjalnych PKP, w której 100% udziałów ma PKP SA czy spółki Interferie SA, powołanej przez KGHM (66% udziałów). Swoją bazę noclegową mają również m.in. Lasy Państwowe, Polska Grupa Energetyczna, Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo, Poczta Polska czy Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Sosnowcu.

### **Związki zawodowe**

To grupa interesariuszy należących zarówno do organizatorów wypoczynku dla swoich członków i ich rodzin, jak i sponsorów. Od początku swojego istnienia zaangażowana jest w działania turystyczne ukierunkowane na zapewnienie korzyści swoim członkom. W Polsce związki zawodowe reprezentują różne branże i zawody, a prócz występowania w imieniu swoich członków na gremiach i załatwiania ważnych dla nich spraw pracowniczych (przestrzegania prawa pracy przez pracodawców, negocjowania podwyżek ich wynagrodzeń czy różnorodnych przywilejów) wspierają ich oraz ich rodziny w zakresie zaspokajania potrzeby wypoczynku i rekreacji poprzez zapewnienie im na preferencyjnych warunkach pobytów na turnusach wczasowych, a dzieciom – na koloniach, obozach i zimowiskach. Wsparcie to opiera się najczęściej na organizacji wyjazdów, przekazywaniu świadczeń pieniężnych, a także na budowie bądź modernizacji infrastruktury niezbędnej do wypoczynku.

Wiele spośród związków branżowych dysponuje własnymi, usytuowanymi na atrakcyjnych terenach, obiektami hotelarskimi i ośrodkami wypoczynkowymi. Niektóre z tych organizacji, w tym m.in. NZZZ Solidarność, przejmowało bazę turystyczną od zakładów pracy. Odbывało się to głównie podczas kryzysu gospodarczego w latach 90. XX w., który wywołał falę upadłości w wielu zakładach

produkcyjnych i przemysłowych. Znajdujące się w trudnej sytuacji finansowej przedsiębiorstwa przekazywały posiadane ośrodki wypoczynkowe bezpłatnie (nierzadko jako rekompensatę za długi wobec związku, powstałe wskutek nieodprowadzania składek odciąganych z pensji zrzeszonych w nim pracowników) bądź sprzedawały je organizacjom związkowych na bardzo preferencyjnych warunkach. Wiele z tych obiektów związki zawodowe utrzymują nadal, świadcząc w nich usługi turystyczne zarówno dla osób zewnętrznych (na komercyjnych warunkach), jak i dla związkowców i ich bliskich (w oparciu o preferencyjną taryfę).

Związki zawodowe, podobnie jak omawiane wcześniej zakłady pracy, powołały spółki do zarządzania majątkiem turystycznym oraz do organizowania oferty dla członków związku i jej sprzedaży na komercyjnych warunkach dla osób w nim niezrzeszonych. Imponującą bazą turystyczną NSZZ Solidarność zarządza Doms sp. z o.o. Bardzo dobrze rozwiniętą bazę o zróżnicowanym standardzie posiada także (i to niemalże każdym regionie Polski) Związek Nauczycielstwa Polskiego, który oprócz tego założył własne biuro podróży Logos Tour. Wieloma obiektami turystycznymi, w których poprzez wsparcie członków rozwijana jest turystyka społeczna, zarządza również Związek Zawodowy Pracowników Pożarnictwa, Związek Rzemiosła Polskiego czy Związek Lustracyjny Spółdzielni.

### **Touroperatorzy**

Ta grupa interesariuszy zajmuje się organizacją turystyki uznawanej za społeczną. Stanowią ją komercyjne biura podróży, które działają także na rzecz wybranych grup społecznych, w tym defaworyzowanych, realizując ważną misję. Do nich zaliczyć można założone w 2009 r. przez osobę z niepełnosprawnością ruchową biuro Accessible Poland Tours, które specjalizuje się w przygotowywaniu i realizacji oferty (w Polsce i na świecie) dla osób z szerokim spektrum niepełnosprawności (nie tylko ruchowych). Firma nazywana jest pierwszym polskim biurem podróży bez barier. Należy przy tym podkreślić, że wciąż niewielu jest w naszym kraju organizatorów turystyki, którzy mają tak szeroką i zróżnicowaną ofertę dla osób chorych i niepełnosprawnych jak Accessible Poland Tour.

Do podmiotów, które najdłużej funkcjonują na rynku komercyjnym i których działalność związana jest z realizacją ważnej misji społecznej, zaliczyć należy touroperatorów specjalizujących się w organizacji turystyki szkolnej i młodzieżowej. W ostatnich latach ze względu na wyraźną poprawę sytuacji polskich seniorów, jaka dokonuje się

dzięki środkom administracji publicznej przekazywanym na ich integrację i aktywizację, powiększyło się grono biur podróży obsługujących tego typu klientów. Seniorzy w ciągu całego roku w wolnym czasie, którego mają zazwyczaj pod dostatkiem, chętnie uczestniczą w niskobudżetowych lub darmowych (finansowanych z różnych projektów) wycieczkach krajoznawczych. Są także segmentem, który coraz chętniej korzysta na preferencyjnych warunkach z opracowanej z myślą o nich komercyjnej ofercie wypoczynkowej (poza okresem wakacyjnym), przyczyniając się w ten sposób do wydłużenia sezonu turystycznego całej branży.

### **Społeczność lokalna (mieszkańcy obszaru recepcji turystycznej)**

To grupa, która spośród pozostałych interesariuszy powinna najbardziej w sensie ekonomicznym odczuwać efekty pojawiającego się na obszarze ich zamieszkania ruchu turystycznego. Rozwój turystyki przyczynia się m.in. do zwiększenia konsumpcji turystycznej na terenie ich gminy, powiatu, województwa, poprawy atrakcyjności turystycznej obszaru i wpływa na zmniejszenie bezrobocia poprzez tworzenie nowych miejsc pracy (m.in. w gastronomii, obiektach hotelarskich, atrakcjach turystycznych), poprawę ogólnych warunków życia, wzrost ich dochodów, wiedzy, umiejętności, kreatywności, przedsiębiorczości, co przekłada się na ważny dla całego regionu poziom kapitału społecznego, określanego jako zdolności ludzi do łączenia się w grupy i współdziałania dla osiągnięcia wspólnego celu (zob. Bourdieu, 1995; Coleman, 1998; Czapiński, 2008; Klimowicz, Bokajło, 2010; Adamczyk, 2013).

### **Gestorzy bazy hotelowej, gastronomicznej, przedsiębiorstwa społeczne i pozostali przedstawiciele lokalnej branży turystycznej i paraturystycznej**

Interesariusze, którzy prowadzą działalność typowo komercyjną, ale z ukierunkowaniem na cel społeczny oraz podmioty, dla których przede wszystkim najważniejsza jest realizacja misji społecznej uzyskują dochody bezpośrednio z turystyki społecznej, gdyż realizują na rynku niezbędne usługi, np. gastronomiczne, noclegowe czy przewodnickie. Wzrost produkcji produktów i usług, jakie mają w swojej ofercie oraz zwiększająca się konsumpcja turystyczna zapewniają im stabilizację finansową, poprawę rentowności, a w efekcie poprawę jakości ich życia.

### **Samorząd lokalny, regionalny i administracja państwowa**

Podmioty tego typu również należą do grup interesariuszy turystyki społecznej. Są one instytucjami, do których zadań należy wspieranie wszelkich form turystyki i krajoznawstwa, a także dbałość o to, by obywatele w słabszej sytuacji życiowej i finansowej mieli możliwość wypoczynku. Dlatego też na różnym poziomie ponoszą z tego powodu wydatki budżetowe. Jednostki administracji są w stanie odczuć – zarówno po dochodowej, jak i wydatkowej stronie budżetu – korzyści, jakie płyną z turystyki społecznej. Wzrastający ruch turystyczny w Polsce sprawił, że turystyka, także społeczna, zaczęła być postrzegana jako istotny czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego, co przekłada się na rozwój całego państwa. Uwypukla się to m.in. we wzroście wpływów z podatków do budżetu gmin, zmniejszeniem zapotrzebowania na świadczenia z obszaru pomocy społecznej dla mieszkańców, mniejszymi wydatkami na służbę zdrowia – zwykło się twierdzić, że osoby, które aktywnie uprawiają turystykę i rekreację rzadziej chorują (zob. Przeclawski, 1997; Kupiec i in., 2011). Zaangażowanie JST oraz administracji państwowej w istotne dla turystyki społecznej kwestie poprawia wizerunek tych podmiotów, buduje ich kapitał polityczny w oparciu o wzrost zaufania, jaki następuje wskutek realizacji przez nie misji ukierunkowanej na turystykę społeczną.

Należy podkreślić, iż prawidłowe zrozumienie istoty turystyki społecznej przez władze ustawodawcze i wykonawcze samorządów lokalnych oraz pracowników tych jednostek może przyczynić się do tego, by stała się ona efektywnym narzędziem sprzyjającym osiągnięciu celów społeczno-ekonomicznych dla społeczności lokalnych i przekładać się na coraz lepsze wskaźniki gmin, powiatów, województw oraz kraju. Turystyka społeczna jako katalizator rozwoju przyczynia się bowiem do wielu pozytywnych zmian, istotnych dla lokalnej społeczności. Sprzyja m.in.:

- wydłużeniu sezonu na usługi turystyczne w miejscach o największych jego wahaniami (osoby mniej zamożne mogą skorzystać z tańszej oferty poza najbardziej obleganym sezonem letnim – wakacyjnym i tym samym wydłużyć go o kolejne miesiące),
- aktywizacji turystycznej nowych miejsc na mapie turystycznej danego kraju,
- skanalizowaniu ruchu turystycznego i przekierowaniu beneficjentów do miejsc cieszących się mniejszą popularnością, które nie zostały odkryte dla masowej turystyki,
- zmniejszeniu bezrobocia na danym obszarze,

- zwiększeniu poziomu zatrudnienia w turystyce,
- zwiększeniu dochodów sektora turystycznego (wytwórców i sprzedawców pamiątek, produktów lokalnych, biur podróży, hoteli, restauracji, pilotów i przewodników turystycznych),
- aktywizacji lokalnych społeczności, w tym osób biernych na rynku pracy, do wspólnych działań na rzecz rozwoju funkcji turystycznej obszaru z wykorzystaniem jego zasobów endogennych i kapitału społecznego mieszkańców,
- zwiększeniu rentowności przedsiębiorstw turystycznych.

Realizacja działań na rzecz rozwoju turystyki społecznej wymaga przemyslenia i odpowiedniego zarządzania, w tym także zarządzania obszarem. Stanowi wyzwanie dla wielu podmiotów samorządów gminnych, powiatowych i wojewódzkich. Władze obszaru, podejmując decyzję o koncepcji jego rozwoju, powinny w pierwszej kolejności dokonać wyboru celu lub celów społeczno-ekonomicznych (Stasiak, 2010), które zamierzają osiągnąć, a następnie stworzyć strategię działania, która umożliwi ich realizację.

Za koncepcję rozwoju lokalnego odpowiedzialny jest samorząd gminny. To on zajmuje się jego stymulowaniem, tworzeniem instrumentów oraz odpowiedniego klimatu, który będzie sprzyjał rozwojowi. Na klimat ten wpływa w znacznym stopniu dobra współpraca z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorstwami społecznymi, które jako podmioty ekonomii społecznej podejmują się wielu trudnych działań, polegających także na aktywizacji społecznej i włączeniu do lokalnej wspólnoty osób wykluczonych. Niektóre z tych zadań realizowane są poprzez uczestnictwo w turystyce bądź poprzez działania wykonywane z myślą o turystyce.

#### EKONOMIA SPOŁECZNA ZORIENTOWANA NA TURYSTYKĘ

Przyświecająca turystyce społecznej misja oraz różnorodność podmiotów zaangażowanych w jej wypełnianie pozwalają na przyporządkowanie tej kategorii turystyki do nurtu ekonomii społecznej. Definiowana jest ona jako „sfera aktywności obywatelskiej, która poprzez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego służy: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej (na rzecz interesu ogólnego) oraz rozwojowi lokalnemu” (MRiPS, 2021). T. Kaźmierczak i M. Rymsza (2007, s. 11) widzą w niej „narzędzie mobilizacji ekonomicznej i społecznej zaniedbanych społeczności lokalnych oraz obszarów”, a organy Unii

Europejskiej znaczną część gospodarki, która ma na celu przynoszenie zysków osobom innym niż inwestorzy lub właściciele (EC.EURO-PA.EU, 2021). Synonimami ekonomii społecznej, na które często nawiązać można się w literaturze przedmiotu, są: „gospodarka społeczna” i „przedsiębiorczość społeczna” (Wygnański, 2006).

Analiza poglądów na temat ekonomii społecznej – wyrażanych przez polskich, jak i zagranicznych autorów: naukowców oraz praktyków – pozwala jednoznacznie stwierdzić, że ekonomia społeczna to sektor gospodarki, w którym działalność gospodarcza powiązana jest z realizacją celów społecznych. Obszar jej działania ustalają granice wyznaczane przez państwo, gospodarkę rynkową oraz społeczeństwo obywatelskie (Grzybowska, Ruszewski, 2010). Państwo i ekonomię społeczną łączą zadania w ramach określonych polityk publicznych, m.in. polityki socjalnej, zatrudnieniowej czy integracji. Rynek dostarcza ekonomii społecznej wskazówek odnośnie do metod działania, ekonomia społeczna zaś ukazuje podmiotom komercyjnym wartości i określone postawy (np. w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu). Najwięcej jednak punktów stykających istnieje w relacjach ekonomii społecznej i społeczeństwa obywatelskiego. Świadczy o tym choćby to, że to właśnie organizacje pozarządowe, będące emanacją społeczeństwa obywatelskiego, w przeważającej większości stanowią się podmiotami sektora ekonomii społecznej (zob. Rymsza, 2005).

Fundament ekonomii społecznej tworzą przedsiębiorstwa społeczne, czyli podmioty podejmujące typowe zachowania rynkowe (ryzyko ekonomiczne, uzyskanie nadwyżki przychodów nad kosztami) w celu osiągnięcia określonego społecznego celu. Przedsiębiorstwo społeczne definiuje się jako organizację przedsiębiorczą, która koncentruje się na osiąganiu szerszych celów społecznych, środowiskowych lub wspólnotowych (Raport EKES, 2017). Cechuje je niezależność, partycypacyjne i demokratyczne zarządzanie, szeroki wachlarz działań zawsze ukierunkowanych na ważną misję społeczną (np. integrację społeczną, wsparcie osób wykluczonych i o niskich dochodach poprzez włączanie ich w procesy przedsiębiorczości, ochronę przyrody itp.) oraz to, że przedkładają potrzeby ludzi nad zyski, a osiągnięte zyski reinwestują w dalszą realizację misji społecznej i środowiskowej.

Przedsiębiorstwa społeczne odgrywają ważną rolę w rozwiązywaniu problemów społecznych, gospodarczych i środowiskowych, przyczyniają się do tworzenia miejsc pracy na poziomie lokalnym, jak i poprawy świadczenia usług opieki społecznej. Prowadząc bardzo szeroką działalność, dostarczają na rynek różnorodną gamę produktów oraz usług, stają się również siłą napędową innowacji społecznych.



Polski sektor ekonomii społecznej tworzą liczne podmioty, których działalność podporządkowana jest celowi społecznemu. Są to:

- spółdzielnie socjalne, których celem jest zatrudnienie oraz spółdzielnie o charakterze konsumenckim i wzajemnościowym;
- organizacje pozarządowe prowadzące odpłatną i nieodpłatną działalność pożytku publicznego (fundacje, stowarzyszenia);
- podmioty gospodarcze, które działają po to, by osiągać zyski, ale ich działalność oraz misja ukierunkowana jest na ważny cel społeczny – do tej grupy prócz klasycznie rozumianych przedsiębiorstw należą również fundacje i stowarzyszenia prowadzące działalność gospodarczą, gdyż zgodnie z ustawą regulującą ich funkcjonowanie zyski z niej obligatoryjnie są przekazywane na realizację celów statutowych, a więc misję społeczną, dla której jako podmioty zostały powołane;
- podmioty, których celem działania jest reintegracja społeczną i zawodową osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, m.in. zakłady aktywności zawodowej, warsztaty terapii zajęciowej, centra integracji społecznej, kluby integracji społecznej (Kawa, 2015, s. 349).

Przedsiębiorstwa społeczne różnią się od przedsięwzięć komercyjnych istotną misją społeczną i podejściem do tworzenia wartości ekonomicznej. Na podstawie tych dwóch czynników: ekonomicznego i społecznego sieć badawcza EMES (The Emergence of Social Enterprises in Europe) przygotowała na zlecenie Komisji Europejskiej kryteria, w oparciu o które odróżnia się przedsiębiorstwa społeczne od innych podmiotów rynkowych. Zestawiono je w tab. 3.

Tab. 3. Charakterystyka przedsiębiorstw społecznych na podstawie kryteriów sformułowanych przez Emergence of Social Enterprises in Europe

| Kryteria ekonomiczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Kryteria społeczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– przedsiębiorstwo prowadzi ciągłą działalność produkcyjną bądź usługową, która stanowi podstawę jego funkcjonowania</li> <li>– przedsiębiorstwo ponosi ryzyko ekonomiczne (jego wynik finansowy, w tym to, czy utrzyma się na rynku, zależy od wysiłków jego członków i pracowników)</li> <li>– przedsiębiorstwo zatrudnia na umowę o pracę choćby niewielki personel za wynagrodzeniem</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– przedsiębiorstwo powstało i działa w oparciu o konkretną misję i cel społeczny (dla społecznej użyteczności), których świadomi są wszyscy jego pracownicy</li> <li>– inicjatywa założycielska podmiotu wypływa od konkretnej grupy, której członków łączą takie same potrzeby</li> <li>– działalność przedsiębiorstwa oparta jest na wspólnym zaangażowaniu</li> </ul> |

| Kryteria ekonomiczne                                                                                                     | Kryteria społeczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| – przedsiębiorstwo posiada wysoki stopień niezależności od instytucji publicznych (nie korzysta z publicznych subsydiów) | <ul style="list-style-type: none"> <li>– przedsiębiorstwo jest podmiotem zarządzanym demokratycznie – zgodnie z zasadą: jeden członek, jeden głos</li> <li>– działalność podmiotu ma partycypacyjny charakter, określone zadania realizują także ich adresaci</li> <li>– dystrybucja zysku pozostaje ograniczona (zapobiega to przekształceniu przedsiębiorstwa w typowo komercyjną firmę, skupioną głównie na bogaceniu się i powiększaniu zysku)</li> </ul> |

Źródło: opracowanie własne na podstawie Defourny (2005).

J. Hausner (2007) zwraca uwagę, że do głównych cech przedsiębiorstwa społecznego, takich jak cel społeczny, autonomiczne zarządzanie, demokratyczne decydowanie, praca przed kapitałem, który ma służyć realizacji celu społecznego (zaprezentowanych w tab. 2) należy dodać jest jeszcze jedną: lokalne zakorzenienie – określane jako relacja między organizacją ekonomii społecznej a wspólnotą lokalną (działanie w ramach lokalnej wspólnoty i dla niej). W jego opinii najmocniejsze i najbardziej innowacyjne organizacje ekonomii społecznej formują się wówczas, gdy nie są sztywno oddzielone od swego lokalnego otoczenia.

O wadze przedsiębiorczości społecznej na świecie świadczyć mogą dane opracowane przez podmioty zajmujące się ponadnarodową statystyką. Z dokumentów Intergrupy ds. Ekonomii Społecznej Parlamentu Europejskiego wynika, że ekonomia społeczna odpowiada za 8% PKB całej gospodarki unijnej. Na obszarze wspólnoty funkcjonuje 2,8 mln przedsiębiorstw ekonomii społecznej, co stanowi 10% wszystkich przedsiębiorstw w Unii Europejskiej. Dla przedsiębiorstw ekonomii społecznej pracuje 13,6 mln osób, tj. około 6% wszystkich pracowników Unii (Social Economy Europe, 2021). Podmioty gospodarki społecznej są obecne już we wszystkich sektorach, w tym także w turystyce, gdzie działania ekonomii społecznej nierzadko służą również regeneracji lokalnej przestrzeni publicznej.

#### POLSKA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA ZWIĄZANA Z TURYSTYKĄ SPOŁECZNĄ

Przedsiębiorczość społeczna związana z turystyką ma w Polsce bogate i długoletnie tradycje, które z jednej strony łączą się z nadawaniem formalnego wymiaru działaniom w obszarze turystyki i rekreacji, a z drugiej dotyczą konieczności organizacji działań z zakresu

turystyki, która ze względu na sposób organizacji usług, ale i ich cenę nie znajdowała odzwierciedlenia w istniejącej ofercie rynkowej (Waligóra, 2018).

Do najstarszych przedsiębiorstw społecznych w Polsce, które obrały za cel swojej działalności turystykę zalicza się Gospodę Włóczęgów w Zakopanem, założoną w 1923 r. przez Spółdzielnię Mieszkanio-wo-Turystyczną. Spółdzielnia prowadziła schronisko na Antałówce w wynajętej od Marii Witkiewicz willi, które oprócz usług noclegowych i gastronomicznych posiadało ofertę sanatoryjno-wypoczynkową. Przebywał w nim na leczeniu m.in. poeta Władysław Broniewski oraz wielu działaczy komunistycznych. Spółdzielnia zajmowała się ponadto wynajmem sprzętu turystycznego, organizacją wycieczek: pieszych, rowerowych i kajakowych, organizowaniem prelekcji na tematy społeczne i krajoznawcze (Radwańska-Paryska, Paryski, 1973).

Przykładem innego podmiotu ekonomii społecznej działającego w obszarze turystyki i powstałego także w okresie międzywojennym jest, utworzona w 1937 r. i istniejąca do dziś, Spółdzielnia Turystyczna „Gromada”, która została powołana przez uczestników Związku Młodzieży Wiejskiej „Wici”, Związku Zawodowego Pracowników Spółdzielczych, Spółdzielczości Rolnej i Organizacji Rolniczych (*Historia spółdzielni...*, 2021). Spółdzielnię tę, która podczas II wojny światowej została ograbiona z majątku, reaktywowano w 1957 r. W tym samym czasie w Polsce utworzony został kolejny podmiot gospodarki społecznej – Spółdzielcze Biuro Turystyki Turysta, które obsługiwało turystów krajowych i zagranicznych.

Innym podmiotem z obszaru turystyki, który niewątpliwie wpisuje się w ideę przedsiębiorczości społecznej, jest Fundusz Wczasów Pracowniczych (FWP). Został on powołany w 1949 r. dla uporządkowania i usprawnienia sposobu administrowania domami wczasowymi w Polsce. FWP zarządzał domami wypoczynkowymi, organizował wypoczynek dla pracowników w czasie wolnym od pracy oraz w okresie urlopowym, zapraszał ich także na wycieczki krajoznawcze i obozy wędrownie. Do końca lat 80. XX w. działalność FWP była organizowana na zasadach socjalnych, tzn. przedsiębiorstwo nie było nastawione na maksymalizację zysku z działalności usługowo-produkcyjnej. Osoby korzystające z FWP otrzymywały na ten cel dofinansowanie głównie z zakładowego funduszu socjalnego w miejscu swojego zatrudnienia.

Po transformacji ustroju Polski i przekształceniu gospodarki zarządzanej centralnie w gospodarkę rynkową, zmieniło się również podejście do turystyki, na którą zaczęto spoglądać przede wszystkim

w kategoriach rynkowych. Wsparcie Polaków w organizacji wypoczynku i rodzinnych wyjazdów na wczasy, zdecydowanie się zmniejszyło – choćby z tego powodu, że wiele obiektów wypoczynkowych należących do zakładów pracy, w których mogli spędzać urlopy na preferencyjnych zasadach, zostało odsprzedanych i rozpoczęło działalność typowo komercyjną, co zmusiło miliony obywateli do dostosowania się do nowych warunków.

Obecnie można zaobserwować, iż od kilku lat zwiększa się poziom wsparcia dla Polaków znajdujących się w trudniejszej sytuacji życiowej w zakresie organizowania im wypoczynku. Rolę tę stara się spełniać państwo, samorządy lokalne, a także organizacje pozarządowe, które przejmują od administracji publicznej zadania z tym związane, pozyskując na nie środki w otwartych konkursach. Trzeci sektor angażuje się również w działania służące rozwojowi gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym, walcząc w ten sposób z wykluczeniem, bezrobociem, brakiem pomysłu (bądź nierzadko również chęci) na wykorzystanie walorów turystycznych obszaru i kapitału społecznego mieszkańców przez samorząd gminny. Wiele inicjatyw powstało dzięki oddolnym inicjatywom mieszkańców oraz ich determinacji w działaniu, a następnie przeszło naturalną dla ekonomii społecznej drogę ewolucji – od nieformalnych układów zapoczątkowanych zrywem mieszkańców do sformalizowanych struktur w postaci zarejestrowanych organizacji: fundacji, stowarzyszeń, spółdzielni i przedsiębiorstw. Niektóre z nich (m.in. wioski tematyczne, różnego rodzaju wydarzenia, produkty kulinarne czy wykreowane od podstaw atrakcje turystyczne dla rodzin z dziećmi) są już dziś rozpoznawalnymi w całej Polsce markowymi produktami turystycznymi, np. Bałtowski Kompleks Turystyczny, Pławna – magiczna wioska, Festiwal Pasternaka w Lutomerzu.

Prowadzone od wielu lat przez autorkę praktyczne działania na rzecz rozwoju regionalnego, turystyki i wspólnot lokalnych, a także realizowane na gruncie naukowym obserwacje i badania pozwalają sformułować wniosek, że wraz z rozwojem idei ekonomii społecznej w Polsce wzrasta ze strony lokalnych społeczności zainteresowanie turystyką jako działalnością gospodarczą, co idzie w parze z chęcią angażowania się przez nie w działania na rzecz poprawy atrakcyjności turystycznej zamieszkiwanych miejscowości. Powodowane to jest przede wszystkim poprawą kompetencji w zakresie pozyskiwania unijnych i krajowych funduszy, rozwojem nowych technologii komunikacyjnych, powszechnym dostępem do informacji, dzięki którym wzrasta świadomość społeczna na temat tego, czym jest turystyka

i w jaki sposób można rozpocząć działania aktywizacyjne z nią związane w swoim środowisku lokalnym.

Dowodem na powyższe jest m.in. rosnąca liczba zadań związanych z turystyką, dofinansowywanych rokrocznie w wielu programach krajowych i unijnych, a także liczba nowych przedsiębiorstw społecznych, które misję swojej działalności oparły na turystyce. Wśród nich wymienić można prężnie działające spółdzielnie socjalne: Spółdzielnię Gród i Spółdzielnię Perunica z Byczyny, Zakład Aktywności Zawodowej „U Pana Cogito” w Krakowie, tematyczną wieś Aniołowo z okolic Elbląga czy Stowarzyszenie Bałt, którego historia przywoływana była już wielokrotnie jako przykład sukcesu pokazującego, że społeczności lokalne częściej powinny się integrować i brać sprawy rozwoju swoich miejscowości we własne ręce (zob. Mizerski, 2006; Gramzow, 2007; Kosmaczewska, 2011; Ścisło, 2013; Pałka-Łebek, Kudła, 2017). Osobnym przykładem podmiotu działającego w obszarze turystyki społecznej jest Grodzisko Owidz, stworzone na kociewskiej wsi wskutek zaangażowania gminy Starogard Gdański, która opierając się na niematerialnym dziedzictwie, jakim są legendy i historia utworzyła nową atrakcję turystyczną i zapewniła miejsca pracy dla społeczności lokalnej.

Poniżej przedstawiono cztery studia przypadku działań opartych na turystyce społecznej, która stała się czynnikiem rozwoju dla podmiotów gospodarczych oraz lokalnych społeczności.

### **Dwie spółdzielnie proturystyczne w Byczynie**

Byczyna to niewielkie historyczne miasto na Opolszczyźnie (pow. kluczborski), którego najcenniejszą atrakcją są średniowieczne mury obronne okalające miejscowość. Miasto kojarzy się z rycerstwem i wojnami – w XVI w. odbyła się w nim bitwa, w czasie której wojska Rzeczypospolitej starły się z wojskami Habsburgów. W mieście tym, które liczy ok. 4 tys. mieszkańców (cała gmina – 10 tys.) funkcjonują obecnie dwie spółdzielnie socjalne: Gród oraz Perunica, które swoją działalność skupiają na turystyce. Obie powstały, by przeciwdziałać bezrobociu, aktywizować osoby społecznie wykluczone i włączać je do lokalnej, gminnej wspólnoty, a także by wykorzystywać walory Byczyny do rozwoju gospodarki turystycznej.

Spółdzielnia Gród została powołana w 2009 r. Wśród jej założycieli są Gmina Byczyna, Opolskie Bractwo Rycerskie, a także Stowarzyszenie Popierania Zaradności Życiowej i Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Pomocy Wzajemnej w Byczynie. Spółdzielnia powstała, aby zarządzać i prowadzić okazały drewniany, średniowieczny gród, który

wybudowany został na obszarze gminy z funduszy unijnych i stanowi główne centrum aktywności turystyczno-kulturalnej gminy.

Gród położony jest w odległości ok. 4 km od Byczyny, z dala od domostw, na wyspie otoczonej naturalną fosą nad zalewem Biskupice-Brzózki. Na terenie obiektu znajdują się staropolska karczma z tradycyjnym jadłem oraz „Gościniec śpiącego rycerza” z ok. 50 miejscami noclegowymi (pokoje dwu-, trzy- lub czteroosobowe z wnętrzami stylizowanymi na średniowieczne). Prócz pokoi goście mogą nocować jeszcze w namiotach historycznych, sali myśliwskiej, zbrojowni i wieży. Gród posiada również: powierzchnie wystawiennicze na wystawy czasowe i stałe, salę projekcyjną wyposażoną w sprzęt audiowizualny, zbrojownię, stajnię oraz kuźnię. Obiekt oferuje turystom możliwość przymierzania strojów średniowiecznych, udział w warsztatach tkackich, ceramicznych i czerpania papieru, a także posługiwanie się średniowiecznym orężem na specjalnie wydzielonych torach: łuczniczym oraz do rzutów włócznią, nożem i toporem. Gród słynie z bardzo często organizowanych pokazów walk rycerskich, inscenizacji bitew, turniejów rycerskich i scenek rodzajowych. Pracownicy spółdzielni prowadzą działania edukacyjne i szkoleniowe (m.in. uczą sztuki władania szablą, wypatania kolczug, jazdy konnej, lepienia garnków, szycia strojów średniowiecznych), a także turystyczno-kulturalne (m.in. dwa razy do roku organizowane są spektakularne turnieje rycerskie, na które przyjeżdżają rekonstruktorzy z całej Europy). Spółdzielnia zatrudnia obecnie 13 osób – wszystkie skupiają się na obsłudze ruchu turystycznego. Przed zatrudnieniem były osobami bezrobotnymi i nie znały się ani na rekonstrukcjach rycerskich, ani na turystyce. W 2014 r. spółdzielnia Gród znalazła się w finale Ogólnopolskiego Konkursu na Najlepsze Przedsiębiorstwo Roku i otrzymała certyfikat jakości ekonomii społecznej – Znak [eS].

Druga z byczyńskich spółdzielni – Perunica powstała w 2014 r. Utworzyły ją dwa podmioty prawne: Stowarzyszenie Animacji Lokalnej Arkona oraz Ochotnicza Straż Pożarna w Byczynie. Spółdzielnia zajmuje się turystyką historyczną, rekonstruktorską. Prowadzi Biuro Obsługi Ruchu Turystyki Historycznej, którego misją jest zapewnienie wypoczynku „na każdą kieszeń”, zanurzonego w historii ziemi byczyńskiej i gwarantującego wiele pozytywnych przeżyć (Perunica, 2021).

Spółdzielnia kreuje swoją ofertę w oparciu o lokalną historię, legendy i baśnie. Główne jej działania to prowadzenie punktu informacji turystycznej, organizacja zwiedzania Byczyny i okolic, a także kompleksowa obsługa grup turystycznych poprzez zapewnienie im

noclegu, wyżywienia i elastycznych form wypoczynku oraz wszechstronnych atrakcji turystyczno-animacyjnych. Wśród tych ostatnich znajdują się m.in.: żywe lekcje historii, warsztaty rękodzielniczo-rzemieślnicze, uczty okolicznościowe, oprowadzanie po trasach turystycznych w oprawie gry terenowej „Republika Byczyńska”, koncerty i warsztaty muzyki dawnej, pokazy walk rycerskich, życia i obyczajów średniowiecznych mieszczan, rywalizacja w średniowiecznych konkurencjach sportowych. Spółdzielnia poszerzyła swoją ofertę o szkolenia i warsztaty, otworzyła się także na turystykę biznesową, wychodząc z propozycją szkoleń motywacyjno-integracyjnych dla firm z całej Polski w niezwykłych średniowiecznych i słowiańskich sceneriach. Aktualnie Spółdzielnia Perunica zatrudnia 10 osób (Perunica, 2021).

### **„U Pana Cogito” – od niepełnosprawności do turystyki**

Coraz częściej można znaleźć Polsce dobre przykłady włączania osób z niepełnosprawnością w działalność na rzecz turystyki. W wielu miejscach kraju powstają prowadzone przez osoby z niepełnosprawnościami lokale gastronomiczne i kawiarnie. Miejsca pracy tworzone są dla nich także w hotelarstwie, czego wzorcowym przykładem jest grupa Arche, zagospodarowująca różnorodne zabytkowe obiekty na hotele butikowe. Jednym z pierwszych przedsięwzięć społecznych, przecierających szlaki w tym zakresie, jest Zakład Aktywności Zawodowej „U Pana Cogito”. Został on założony w 2003 r. w Krakowie przez Stowarzyszenie Rodzin Zdrowie Psychiczne. Obecnie prowadzi pensjonat oraz restaurację w dzielnicy Dębniki, a także świadczy inne usługi turystyczne oraz rehabilitacyjne wobec osób niepełnosprawnych.

ZAZ zatrudnia 24 osoby niepełnosprawne – chorujące psychicznie (po kryzysach psychicznych) z orzeczoną znacznym stopniem niepełnosprawności, które miały trudności z podjęciem zatrudnienia. Pracują one we wszystkich działach zakładu: jako pomoce kuchenne, pokojowe, recepcjonistki, księgowi. Pensjonat jest dla nich miejscem pracy i aktywizacji zawodowej. Stanowi modelowy przykład przedsiębiorstwa, które prowadzi skuteczną rehabilitację zawodową (ergoterapię) osób chorujących psychicznie. Praca i bezpośredni kontakt pracownika z klientem pozwala im czuć się potrzebnymi, daje szansę zaistnienia w innej niż dotąd roli, co w rezultacie wpływa pozytywnie na funkcjonowanie w najbliższym środowisku. Działalność pensjonatu, co podkreślają jego goście, zmienia pejoratywny wizerunek osób chorych psychicznie w Polsce, pokazując, że mogą one być dobrymi



pracownikami w miejscach, w jakich panuje pełne zrozumienie, akceptacja i poczucie wspólnoty (Pan Cogito 2021; Pensjonat „U Pana Cogito”, 2021; Stowarzyszenie Rozwoju, 2021).

### **Aniołowo – tematyczna wieś pod Elblągiem**

„Niebiosa nigdy nie pomogą tym, którzy nie działają” – ta złota myśl Sofoklesa umieszczona jest na stronie internetowej (Nasze Aniołowo, 2021), w opisie początków nieformalnej działalności, która doprowadziła do zawiązania Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju Wsi Aniołowo. Jest także codziennym mottem mieszkańców, którzy zdecydowali się utematyzować swoją wieś, by przede wszystkim uratować mieszczącą się w niej świetlicę, którą samorząd lokalny postanowił zlikwidować. Ich lokalna aktywność obudziła się dopiero wtedy, gdy pojawiło się zagrożenie, ale później zaowocowała wieloma cennymi projektami, dzięki którym Aniołowo otworzyło się na turystykę.

Aniołowo to niewielka, licząca 200 mieszkańców, wieś w powiecie elbląskim. Wskutek reform gospodarczych, do jakich doszło w Polsce pod koniec lat 90. XX w., utraciła własną szkołę, bibliotekę, pocztę oraz punkt skupu mleka. Dlatego też, gdy pojawił się zamysł władz gminnych dotyczący likwidacji świetlicy, mieszkańcy postanowili skutecznie mu przeciwdziałać i „wzięli sprawy w swoje ręce”. Zebraли środki na remont budynku, a następnie ulokowali w nim siedzibę sformalizowanego w 2003 r. stowarzyszenia, które postanowiło przemienić wieś w anielski przyczółek i sprawić, by zaczęli odwiedzać go turyści.

Wspólna praca mieszkańców nad ideą anielskiej wioski spotkała się z uznaniem i w Polsce, i za granicą, czego dowód stanowią liczne nagrody oraz wyróżnienia, które Aniołowo otrzymuje jako doskonale zorganizowana wioska tematyczna, z dobrze przygotowanym dla turystyki produktem. Miejscowość słynie z „Anielskiego Zakątka”, w którym znajdują się interesujące rzeźby aniołów, „Szlaku Aniołów”, a także corocznego wydarzenia, jakim jest organizowany przez stowarzyszenie Złot Miłośników Aniołów. Turyści pojawiający się na tematycznym zwiedzaniu wsi mogą wziąć udział w anielskich warsztatach: kulinarnych, ceramicznych, kuglarskich, rzeźbiarskich i koronkarskich. Wytworzony w ramach zamiaru obrony świetlicy produkt turystyczny zintegrował mieszkańców Aniołowa i wzbudził w nich poczucie dumy z miejsca zamieszkania, które przez odwiedzających wieś określane bywa jako wyjątkowe. Tematyzacja wsi zaktywizowała mieszkańców do dalszych działań – w miejscowości powstają kolejne gospodarstwa agroturystyczne (Nasze Aniołowo, 2021).

#### PODSUMOWANIE

Zaprezentowane przykłady funkcjonowania i rozwoju w Polsce podmiotów ekonomii społecznej, które zdecydowały się oprzeć swoje działania na turystyce, stanowią dowód na to, że turystyka społeczna może pozytywnie zmieniać miejsca i regiony, a także wpływać na przemianę wewnętrzną człowieka, pobudzając go do działania. Inkluzja, jaka w związku z tym się dokonuje, może mieć dobroczynny skutek zarówno dla poszczególnych jednostek, jak i dla całej społeczności lokalnej, przyczyniając się m.in. do obniżenia kosztów świadczeń pomocy społecznej i zdrowotnej.

Omówione przykłady podmiotów gospodarki społecznej, a także prezentacja działań czy oczekiwań interesariuszy turystyki społecznej pozwoliły udowodnić, że ekonomia i turystyka społeczna nie stanowią zestawu abstrakcyjnego i sprzecznego, lecz że mogą iść w parze, przynosząc korzyści wszystkim zaangażowanym interesariuszom. Powyższe rozważania nie wyczerpują w pełni tematyki gospodarczego wymiaru turystyki społecznej, gdyż jest to bardzo rozległa, zróżnicowana i wielowątkowa problematyka (autorka celowo nie podjęła zagadnień dotyczących m.in. turystyki społecznej w kontekście zrównoważonego rozwoju, przekazywania przez samorządy terytorialne środków finansowych na turystykę podmiotom ekonomii społecznej, pozyskiwania środków unijnych i krajowych na te działania przez trzeci sektor i samorząd terytorialny czy rozwijania funkcji turystycznej przed gminy wiejskie).

Na podstawie omówionych zagadnień można jednak wysnuć kilka istotnych wniosków:

- turystyka społeczna wzmacnia kapitał społeczny i ekonomiczny regionów,
- dyskusowanie nad budżetem, jaki się z nią wiąże należałoby zastąpić holistycznym podejściem do bilansowania zysków i strat,
- turystyka społeczna służy regeneracji lokalnej przestrzeni publicznej, poprawiając estetykę miejsc,
- turystyka społeczna jest kategorią ekonomiczną i wywołuje różnorodne skutki gospodarcze,
- turystyka społeczna może przyczyniać się do rozwoju lokalnego i regionalnego – aby tak się stało niezbędna jest aktywność społeczności lokalnej oraz wsparcie ze strony samorządu lokalnego.

A zatem turystyka społeczna, mimo mocnego akcentu na społeczne aspekty, dostarcza wymiernych korzyści ekonomicznych jej organizatorom, uczestnikom oraz obszarom, na jakich zachodzi.

Z praktycznego punktu widzenia, zasadnym jest rekomendowanie samorządom terytorialnym, w szczególności gminnym i powiatowym, aktywnych działań na rzecz turystyki społecznej. Z przytoczonych przykładów wynika, że przyczyniają się one do rozwoju obszaru poprzez rozwój kapitału społecznego. Zasadnym jest więc wydatkowanie środków publicznych na tworzenie takich podmiotów, jak np. spółdzielnie socjalne, które mogą zmieniać turystyczne oblicze gminy (co ukazano na przykładzie Byczyny, gdzie powstał markowy produkt turystyczny wpisujący się w dziedzictwo kulturowe obszaru), a jednocześnie przyczyniać się do poprawy sytuacji życiowej ludzi, którzy wcześniej długo pozostawali bez pracy (czego egemplifikację stanowi wspomniane w rozdziale Grodzisko Owidz).

Przykład Zakładu Aktywności Zawodowej „U Pana Cogito” może stanowić zachętę dla pracodawców, którzy mają problemy, aby zwrócili uwagę na osoby wykluczone, jakimi są ludzie z różnego typu niepełnosprawnościami. Bardzo często takie osoby chętnie podjęły stałe zatrudnienie i byłyby w stanie podołać wielu obowiązkom zawodowym pomimo swoich dysfunkcji. Przy odpowiednim podejściu właścicieli i menadżerów organizacji do niepełnosprawnych stają się oni dobrymi, efektywnymi pracownikami i dobrze potrafią wywiązywać się z powierzonych im obowiązków.

#### BIBLIOGRAFIA

- Adamczyk, M. (2013). *Wprowadzenie do teorii kapitału społecznego*, Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Bartkowiak, R. (2010). *Współczesne teorie ekonomiczne. Roczniki Nauk Rolniczych*, 97 (2), 16-29.
- Białas, T. (2009). Komunikacja z interesariuszami w kontekście zarządzania bezpieczeństwem organizacji publicznej. W: T. Białas, M. Grzybowski, J. Tomaszewski (red.), *Zarządzanie bezpieczeństwem w sektorze publicznym i biznesie* (s. 53-54). Gdynia: Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. W: J. Richardson (red.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (s. 241-258). New York: Greenwood.
- Byczyna (2021). Witryna internetowa gminy Byczyna – Informacja turystyczna – <https://byczyna.pl/2102/informacja-turystyczna.html> (20.10.2021).
- Czapiński, J. (2008). Kapitał ludzki i kapitał społeczny a dobrobyt materialny. Polski paradoks. *Zarządzanie Publiczne*, 2 (4), 5-28.
- Coleman, J.C. (1998). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*. 94, 95-120. <https://doi.org/10.1086/228943>

- Defourny, J. (2005). Przedsiębiorstwo społeczne w poszerzonej Europie. *Rynek Pracy*, 1, 11–41.
- Raport EKES (2017). *Raport Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego*. Witryna internetowa <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/publications-other-work/publications/recent-evolutions-social-economy-study> (11.11.2021).
- EU.EUROPA.EU (2021). Witryna internetowa Dyrekcji Generalnej ds. Rynku Wewnętrznego, Przemysłu, Przedsiębiorczości i MŚP – [https://ec.europa.eu/growth/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu_en) (11.11.2021).
- Freeman, R.E. (1994). *Strategic management: a stakeholder approach*, Boston: Harpercollins College.
- Gabryszak, R. (2017). Przedsiębiorczość społeczna w Polsce. Stan, perspektywy i bariery rozwoju. *Symbolae Europaeae. Studia Humanistyczne Politechniki Koszalińskiej*, 12 (2), 73–96.
- Gramzow, A. (2007). *Oddolne inicjatywy jako szansa poprawy jakości życia na wsi? Wyniki studium przypadku w Bałtowie (południowo-wschodnia Polska)*. Pobrane z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/28501/1/529613565.pdf> (07.11.2021).
- Grzybowska, A., Ruszewski, J. (2010). *Ekonomia społeczna*, Suwałki: Centrum Aktywności Społecznej Pryzmat.
- Hausner, J. (2007). Ekonomia społeczna jako sektor gospodarki. *Ekonomia społeczna*, 1 (1), 9–14.
- Historia spółdzielni OST Gromada* (2021). Pobrane z: [www.gromada.pl/historia](http://www.gromada.pl/historia) (21.10.2021).
- Idziak, W. (2011). *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce* (s. 51–62). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Karwińska, A., Sułkowska, W. (2008). Kontrowersje wokół finansowania przedsiębiorczości społecznej. *Ekonomia Społeczna*, 2 (3), 6–10.
- Kawa, M. (2014). Spółdzielnie jako podmioty ekonomii społecznej wpływające na rozwój, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 3 (39), s. 344–354.
- Kaźmierczak, T., Rymsza, M. (red.), (2007). *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*. Warszawa: ISP.
- Klimowicz, M., Bokajło W. (red.) (2010), *Kapitał społeczny – interpretacje, impresje, operacjonalizacja*. Warszawa: Wyd. CeDeWu.
- Kosmaczewska, J. (2011). Przedsiębiorstwo społeczne szansą na rozwój obszarów wiejskich na przykładzie gminy Bałtów. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce* (s. 321–343). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Kupiec, L., Pochodin, A., Dębowski, B. (2011). Gospodarcze aspekty rozwoju turystyki w województwie podlaskim. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 79, 51–67.

- Mayers, J. (2005). *Stakeholder power analysis*, Londyn: IIED.
- Mizerski, W. (2006). Bałtowski Park Jurajski. *Przegląd Geologiczny*, 54 (2), 107-90.
- MRiPS (2021). *Czym jest ekonomia społeczna i solidarna?* Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej. Pobrane z: <https://www.gov.pl/web/rodzina/czym-jest-ekonomia-spooleczna-i-solidarna> (20.10.2021).
- Nasze Aniołowo (2021). Witryna internetowa wsi tematycznej Aniołowo – <http://www.naszeaniolowo.pl> (11.11.2021).
- Obłój, K. (2007). *Strategia organizacji*, Warszawa: PWE.
- Pałka-Łebek, E., Kudła, N. (2017). Wykorzystanie lokalnych zasobów wsi w kształtowaniu markowych produktów turystycznych. Studium przypadku bałtowskiego kompleksu turystycznego. *Studia Obszarów Wiejskich*, 47, 129-144. <http://dx.doi.org/10.7163/SOW.47.8>
- Pan Cogito (2021). Witryna internetowa ZAZ Pan Cogito – <http://www.pco-gito.pl> (20.10.2021)
- Pensjonat „U Pana Cogito” (2021). *Atlas dobrych praktyk ekonomii społecznej*, 11. Pobrane z: [http://www.owes.info.pl/biblioteka/11atlas\\_bobrych\\_praktyk\\_cogito.pdf](http://www.owes.info.pl/biblioteka/11atlas_bobrych_praktyk_cogito.pdf) (16.10.2021)
- Perunica (2021). Witryna internetowa Spółdzielni Socjalnej Perunica – <http://www.perunica.pl/odkryjperunice.html> (20.10.2021)
- Przeclawski, K. (1997). *Człowieka a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków: Wydawnictwo Albis.
- Radwańska-Paryska Z., Paryski W.H. (1973). *Encyklopedia tatrzańska*. Warszawa: Wyd. SiT.
- Rymsza M. (2005). Stara i nowa ekonomia społeczna. Polska na tle doświadczeń europejskich. *Trzeci Sektor*, 2, 2-10.
- Piasecki, R. (2007). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: PWE.
- Reichel, J. (2010). *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 11-22). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Ścisło, A. (2013). Aktywizacja przedsiębiorczości członków społeczności lokalnej jako strategia sukcesu jej lidera (na przykładzie Bałtowa). *Nowoczesne Systemy Zarządzania*, 8 (1), 37-47.
- Social Economy Europe (2021). *The social economy in the EU – A European success story*. Pobrane z: [https://www.socialeconomy.eu.org/the-social-economy/the-social-economy-in-the-eu/\(11.11.2021\)](https://www.socialeconomy.eu.org/the-social-economy/the-social-economy-in-the-eu/(11.11.2021)).
- Stasiak, A. (2010). Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 37-56). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Stowarzyszenie Rozwoju (2021). Witryna internetowa Stowarzyszenia Rozwoju – <https://stowarzyszenie-rozwoju.eu/wspolpraca/u-pana-cogito> (20.10.2021).
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*, Cabi: Nowy Jork.

- Szopa, R., Szczerbowski, M. (2013). Turystyka czynnikiem przemian ekonomicznych. W: S. Nowak (red.), *Ekonomiczno-organizacyjne problemy działalności turystycznej w regionach* (s. 27-42). Katowice: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach.
- The New Palgrave Dictionary of Economics* (2021). Palgrave Macmillan: Londyn.
- Waligóra, A. (2018). *Potencjał przedsiębiorczości społecznej w turystyce. Studio Oeconomica Posnaniensia*, 6 (10), 111-120.
- Włodarczyk, B. (2010). Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 23-35). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Wygnański, K. (2006). *Organizacje pozarządowe w polityce społecznej i rozwój społeczeństwa obywatelskiego. Nowe dylematy polityki społecznej w Polsce*. Warszawa: CASE.